

G!VOICE
橘人誌



brand.gamania.com/gvoice

7
JUL, 2017
vol.78

220

橘人誌的那些年
From Gamanian to G!VOICE

G!G

Read it, Know it, Love it!

只有內行的橘人才知道，橘人誌主題精選！

2017-07-02 00:00:00



「欲成橘子人，必了橘內事！」創刊至今，《橘人誌》走過十幾個年頭，有不計其數與橘子的共同記憶，《橘人誌》的成長，和橘子人的生活密不可分！本期按「人事時地物」精選五大必知的主題文章，看完包準讓你成為內行的橘子人！

人

說到橘子最有人氣的角色，就不能不提到大家最熟悉的小橘人，可愛的小橘人只有在內部宣傳的時候才會出現，只要稍加留意不難發現它的蹤影！



推薦文章：[18年來小橘人最愛出沒的地點！特別揭露：兩吋小橘人初登場！](#)
推薦指數：★★★



▲高人氣的小橘人也出了紀念公仔，就等大家來收集！（[點我購買](#)）

事

「這間公司除了人，其他東西都很便宜」這句經典出自於人力資源總監Linus，傳達出橘子對員工的重視，《橘人誌》曾經整理了橘子的貼心福利，簡單清楚的表格，可一目了然。

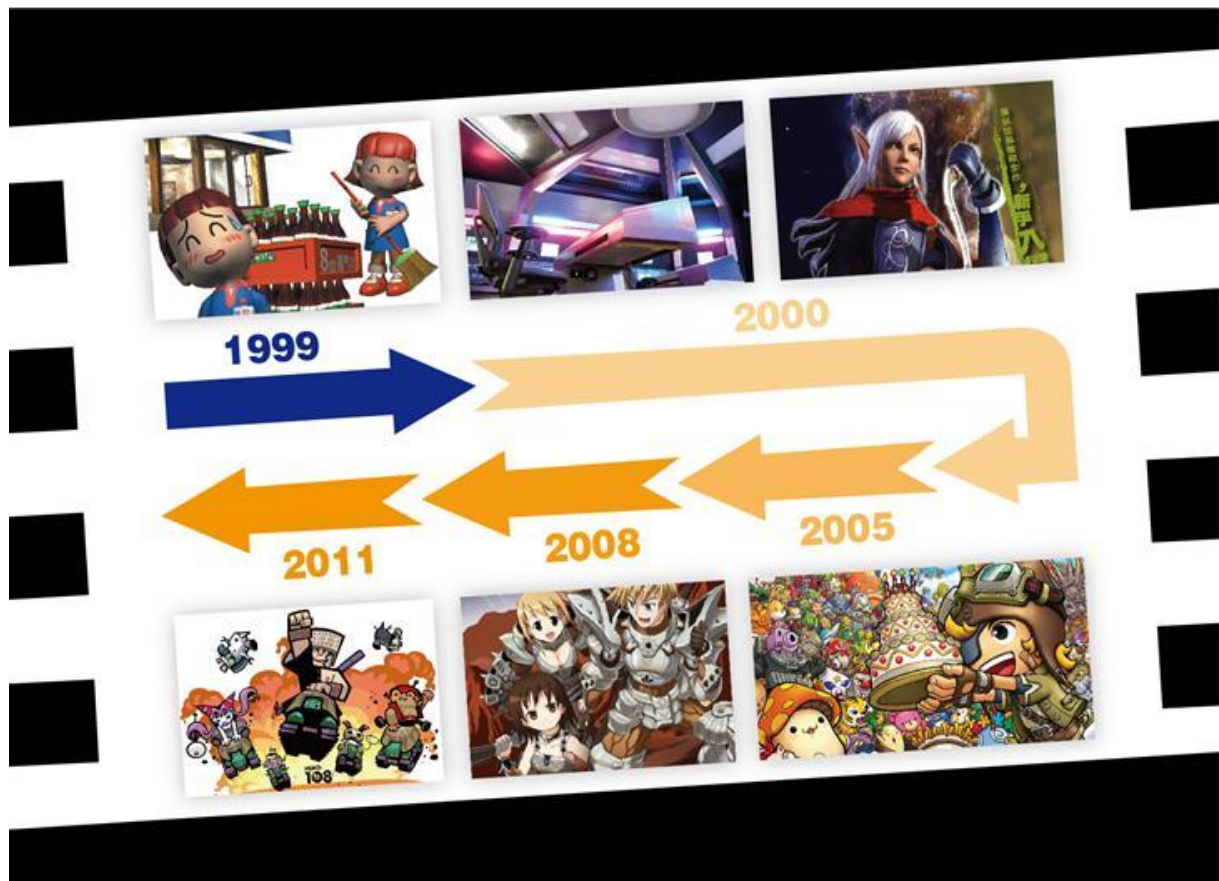


推薦文章：[橘子福利面面觀，人性化福利制度](#)

推薦指數：★★★★★

時

在創造未來的時候，也不能忘了回望過去，遊戲橘子的前身為「富峰群」，關於富峰群的日子，那些精采的故事都在《橘人誌》裡！



推薦文章：[你不知道的橘子過去2、3事](#)

推薦指數：★★★★

地

今年橘子搬家剛好滿一週年，新總部空間三大重點「全時段、全生態、全功能」，了解新空間概念，找到屬於自己上班的最佳地點！



推薦文章：[跳脫框架，橘子新空間重點揭露！](#)
推薦指數：★★★★

物

你知道只有到橘子集團總部才喝得到的特色飲品「橘樂園冰茶」，是有「黃金比例」的嗎？正因如此口味才這麼特別！背後還有不為人知的小故事，讓《橘人誌》來告訴你！



推薦文章：[永遠18歲的滋味—橘樂園冰茶的起源故事](#)
推薦指數：★★★★★

圖片來源：<http://www.gettyimages.com/>

不說你不知道，橘人誌的隱藏數字，大公開！

2017-07-02 00:00:00



《橘人誌》的這些年，與橘子一同走過4千多個日子，截至本期數共78期、印刷出版近2萬冊！《橘人誌》的積累的故事與文化底蘊，堆疊出你我現在所見的面貌，但是在這背後還有很多不為人知的部分，這次獨家大公開！

《橘人誌》的2度更名

- ◎ 2005年《橘人誌》前身「Gamanian」誕生
- ◎ 2006年正式正名「橘人誌Gamanian」
- ◎ 2008年更名「橘人誌G!VOICE」維持至今



2016下半年~2017閱讀率最高3大人氣文章

- 1 [沒有靈感時怎麼辦？--讓你靈感源源不絕的創意思考方法和工具](#)，總瀏覽量為3071人次
- 2 [七個哈利波特角色 你最想成為哪一個？](#)，瀏覽量為1585人次
- 3 [顛覆主流！網路節日大放異彩](#)，瀏覽量為824人次

超過500位以上的橘人都曾在中報導中出現過！

《橘人誌》報導過橘子大大小小的活動，大至尾牙、柑盃家庭日，小至子公司派對、workshop等等，露臉過的橘子人不計其數，不妨找找看，或許某篇報導中能夠找到自己的身影！



▲柑盃的活動一次就能捕捉大量野生橘子人

最多曾製作過7種語言版本

因應集團全球化趨勢，《橘人誌》曾擁有繁中、簡中、英、日、韓、德、法共七個語系版本，橫跨歐亞，將《橘人誌》送到海外據點，達到有效的全面溝通！



▲《橘人誌》首曝光，七個語系版本封面一字排開

圖片來源：<http://www.gettyimages.com/>

顛覆既有閱讀模式，橘人誌的嘗試與挑戰

2017-07-02 00:00:00

現在我們看到的《橘人誌》，是依網站的形式每季出刊，但是你知道嗎？過去因應時代，人們閱讀習慣的改變，《橘人誌》曾有相當多元的出版形式，這些充滿時代意義的閱讀形式，《橘人誌》一次報你知！

最經典，初試啼聲，網頁版首登場！

有別於現在的網頁版，《橘人誌》在創刊初期就曾推出了線上閱讀版，連上平台後點了即看，沒有太花俏的排版，內容一樣生動有趣，背景還有橘人們熟悉的Gama Song呢！



▲經典的線上版Gmamnian，背景音樂還有Gama Song

最難忘，不只看的到，橘人誌還聽的到！！

你知道Podcast嗎？這個字曾被新牛津美國辭典（New Oxford American Dictionary）選為2005年度熱門新字（the Word of the Year for 2005）。是當時網路界的新寵兒，能將廣播做成MP3形式，下載隨身帶著走。《橘人誌》也沒有錯過這股熱潮，嘗試了Podcast，給人耳目一新的感受！當年有聲版的《橘人誌》，聽起來特別的親切！

▲珍貴的Podcast檔案，讓閱讀不只侷限於視覺

最懷念，復古報紙版橘人誌！

2007年報紙版的《橘人誌》出刊，是橘人誌第一個平面印刷版本，有厚度的報紙格式讀來別有一般感受。





▲報紙印刷是有厚度的，拿起來也很有手感

最豐富，紙本出刊魅力不敗

2008年開始《橘人誌》將每個主題成冊印刷出刊，每本有著精彩的單元文章，鉅細靡遺的內容，每每讀完一本，對橘子的了解就更多了幾分！據說，還有神秘的紅黑封面板本，沒有緣份的人是不能見到的！



無論是什麼形式，《橘人誌》都一直不斷的在嘗試與挑戰，希望能夠用便利的方式、輕鬆的閱讀，讓讀者接收到資訊，達到有效的溝通。

橘人誌小檔案：Podcast播客

播客是類似電台廣播的聲音檔，錄製完成後可以透過網路下載，並且可在電腦、MP3播放器、手機上收聽，和一般的廣播比起來不受時間地點限制，聽眾可透過訂閱Podcast的頻道，得到自身興趣的相關內容

回到原點，關於橘人誌創刊這件事

2017-07-02 00:00:00



2006年「Gamanian橘人誌」誕生，2007年第一版紙本閱讀的《橘人誌》出刊，2017年是《橘人誌》歷經10年後的新出發點，代表一個里程碑。跟著橘子每個時期前進的橘人誌，從這個原點開始即將迎接進化與新的開始，這一期的《橘人誌》將帶大家回到最原初的時光。

橘人誌：橘子的文化載體

《橘人誌》創刊時，集團執行長Albert曾說過：「企業在成長的過程中，文化扮演了很重要的角色。所謂的企業文化，就是在一個企業內人和人之間的相處模式和做事態度，在相互影響的互動中所創造出來的一種共同價值觀。『Gamanian』的誕生就是希望能增進各地橘子人的彼此了解，將各地的汗水與成果透過這個刊物跟所有橘子人分享，凝聚集團發展目標的共識，並使Gamania的新文化持續發酵。」而這個任務至今仍未變，文化可能很抽象，透過《橘人誌》這個媒介，將大大小小橘子人的文化具體展現出來，能感受、能閱讀、能傳播，並能將文化積攢下來成獨特的資產。

橘人誌：單一文化，多元內容

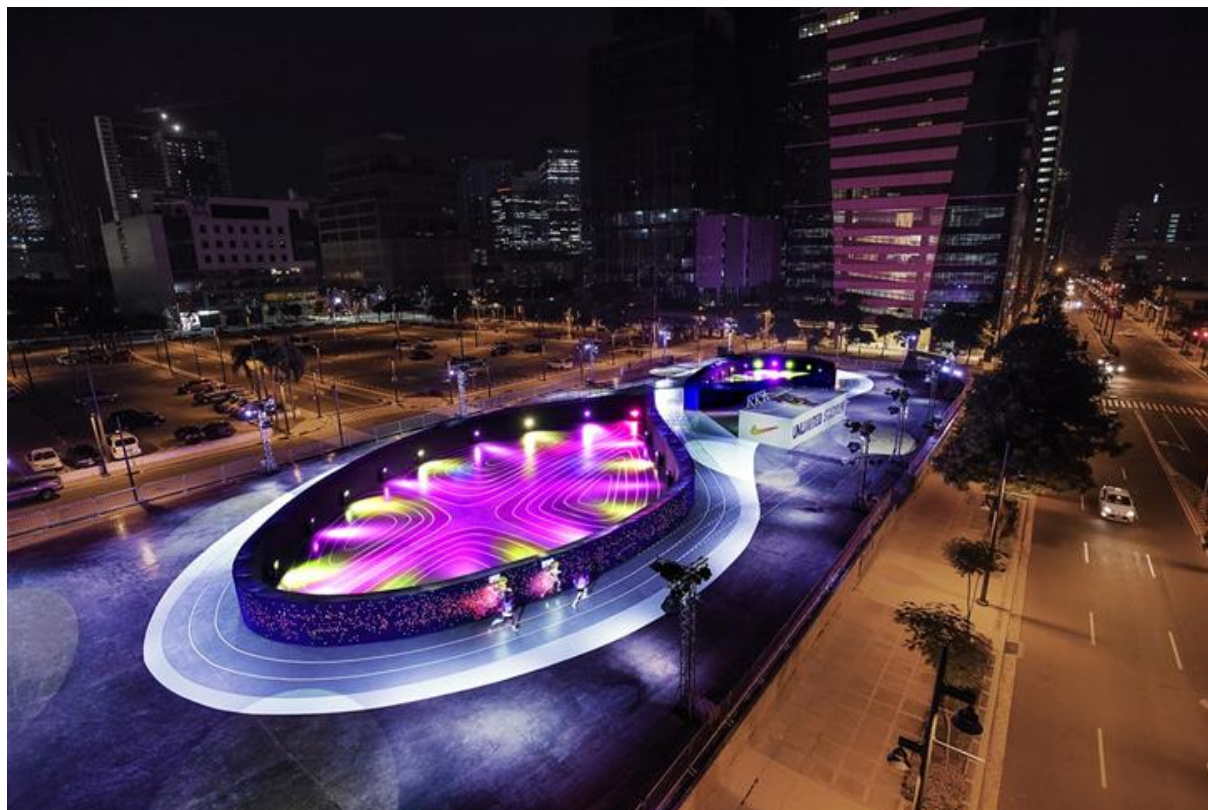
品牌總監阿餅則認為應該要有一本內部溝通刊物，用橘子的世界觀來看事情，鞏固橘子的文化溝通，告訴大家不管橘子如何變化，我們都是同一顆橘子。而這本刊物就是我們現在看到的《橘人誌》。



《橘人誌》紀錄、傳播、嘗試從不同的角度看橘子，談觀點、談趨勢、談日常，只要關於橘子，什麼都談。近年隨著多元的佈局，觸角也延伸到各子公司，提供更多樣化的新聞內容。

好品牌，能給你更好的自己。看看《Nike》怎麼用高科技，全方位打造出成功的品牌

2017-07-02 00:00:00



你慢跑嗎？是不是總是孤零零，一個人前進。Nike聽到了你的心聲，貼心的用高科技，創造出一個「虛擬的你」，實時的陪著你一起練跑！

這個被稱之為《Unlimited Stadium》的田徑場，是全球第一個長200米，全LED螢幕的8字型跑道，從空中俯瞰，就像一個巨型的Nike鞋印，踏在菲律賓馬尼拉，繁華的金融中心Bonifacio Global City的土地上。

Unlimited Stadium的特別之處，就在於環繞著跑道建置的LED螢幕，當你跑步時，螢幕上會有一個「你的虛擬分身」亦步亦趨的跟著你，呈現你在這跑道上的最佳速度，讓你可以視覺化的看到自己的表現。這個分身就像你設下的目標一樣，鼓勵你不斷超越“他”，是不是很酷！



▲螢幕上，出現你的虛擬分身，陪著你一起練跑。

它是這樣運作的：每位跑者都會配置一個超精準的無線射頻裝置（RFID，跟悠遊卡的運作原理相同），綁在跑者的鞋子上。第一圈會先記錄你的速度，第二圈開始，螢幕上就會出現「你的分身」在跑步（簡言之，就是賽車遊戲中的鬼影啦）。一開始會出現1：1的等身，隨著你超越自己、速度越快、距離越遠，分身就會越巨大。一旦你超越了，下一圈就會出現更快的你，激發你想要超越自己的心，週而復始，沒有極限。



▲鞋子綁上RFID晶片是關鍵。

▲ [Nike: Nike Unlimited Stadium](#) from [Ads of the World](#) on [Vimeo](#).

還記得標題我說的「好的品牌，能給你更好的自己」嗎？在解釋之前，我們先回顧一下這幾年Nike不斷

強調的「你，不信極限」(Unlimited You) 的概念：

這次的活動，也是在這個主軸之下發展，它的企圖當然不只是單純提供一個跑道，讓消費者跑跑步而已，而是結合了「新產品發表+推廣NTC+社群擴散」，來達到品牌想要達成的目的：提升業績銷售。

一、新產品發表：

從巨大的鞋印開始，就是新品發表的概念。這個鞋印也就是Nike的新產品LunarEpic Low Flyknit鞋底的样子。在活動現場，也有LunarEpic系列鞋款的展示。Nike知道，光是新產品發表，沒有幾個消費者會有興趣，所以，必須透過「更貼近消費者生活」的Unlimited Stadium來包裝，才能引起更多人的關注與討論。



▲巨大的Nike鞋印。

二、推廣Nike Training Club：

要參與這個活動，不是綁上RFID，Nike就會放你上跑道，她很聰明的利用這群自動前來活動現場的參與者，把握難得的溝通機會，“置入”Nike Training Club的訓練。上跑道前，Nike找來專業的教練，教你練15分鐘的NTC暖身運動；跑步時，連上Nike Running Club跑完後，還有緩和運動、瑜珈...等，一整套運作下來，你就像參與了一個充實的訓練，加深了「平常運動時，也可以利用NTC來實作」的印象。Nike Training Club扮演的，就像Nike的內容行銷角色一樣，在你運動的同時，不斷的讓你接觸到Nike，滲透進你的日常。

三、社群推廣：

想像一下，如果是你參與這個活動，過程中你會不會拍照上傳到社群媒體上？Nike不但知道你會這樣做，而且還創造更多讓你想要分享的「時刻」。例如：在活動現場的地板上，有一大區塊讓完賽者寫下你的心情感言。更不用說這支簡介影片，讓更多沒有機會到現場參與的人，光是看影片就想分享按讚。不是嗎！



▲完賽後，讓你在地上留下「足跡」，不分享嗎？

一個好的品牌，經營的絕對不只是它的目標消費群真實的樣貌，更多時候，是給你一個「更好的自己」的想像。Nike再一次，做了最好的示範。

小心，UX 就在你身邊！生活中的使用者體驗

2017-07-02 00:00:00

「天啊！這是什麼鬼東西，也太難用了吧！」

類似這樣的話，是否也常出現在你我身邊？你可曾想過，從一早起床，到回家洗洗睡，我們每天生活中所接觸的各種物品，是不是也曾經因為使用上的不順利，而影響心情呢？明明是相同作用的物品，有的讓人倍感貼心，有的卻讓人萬般灰心。其實，生活中有許多眉眉角角，都與 UX 息息相關，如果設計師能多點同理心，多站在使用者的角度著想，相信就能減少不愉快的發生，甚至能讓這個世界變得更美好呢！



以下筆者藉由分享自己週末一天的日常生活，帶你一起發現生活中的使用者體驗



BAD UX 😈

GOOD UX 😊

▲圖片出處：傳統時鐘 vs iPhone 就寢時間

08:00 AM

早晨的床邊，傳來和聲悅耳的輕音樂，緩緩睜開雙眼，陽光灑落窗前，聆聽樹上鳥兒高歌，準備用愉悅心情迎接嶄新的一天；還是，「鈴鈴～鈴鈴～鈴鈴～」耳邊震耳欲聾的鬧鈴聲，刺眼的陽光，還有吵死人不償命的麻雀，讓人一早就開始感覺到不耐煩...

沒錯，一個最簡單的鬧鈴聲，決定了你一天的心情！傳統鬧鈴，訴求的是要在一大早就吵醒你，但是好的鬧鈴設計，例如 iPhone iOS 10 「就寢時間」功能，透過由小聲漸進到大聲的輕音樂喚起你，並記錄你每一天睡眠時間，還能每晚貼心提醒你該睡了，確保讓你能有足夠的睡眠時間。這就是生活中很棒的使用者體驗例子，一個能真正為使用者著想的好設計。



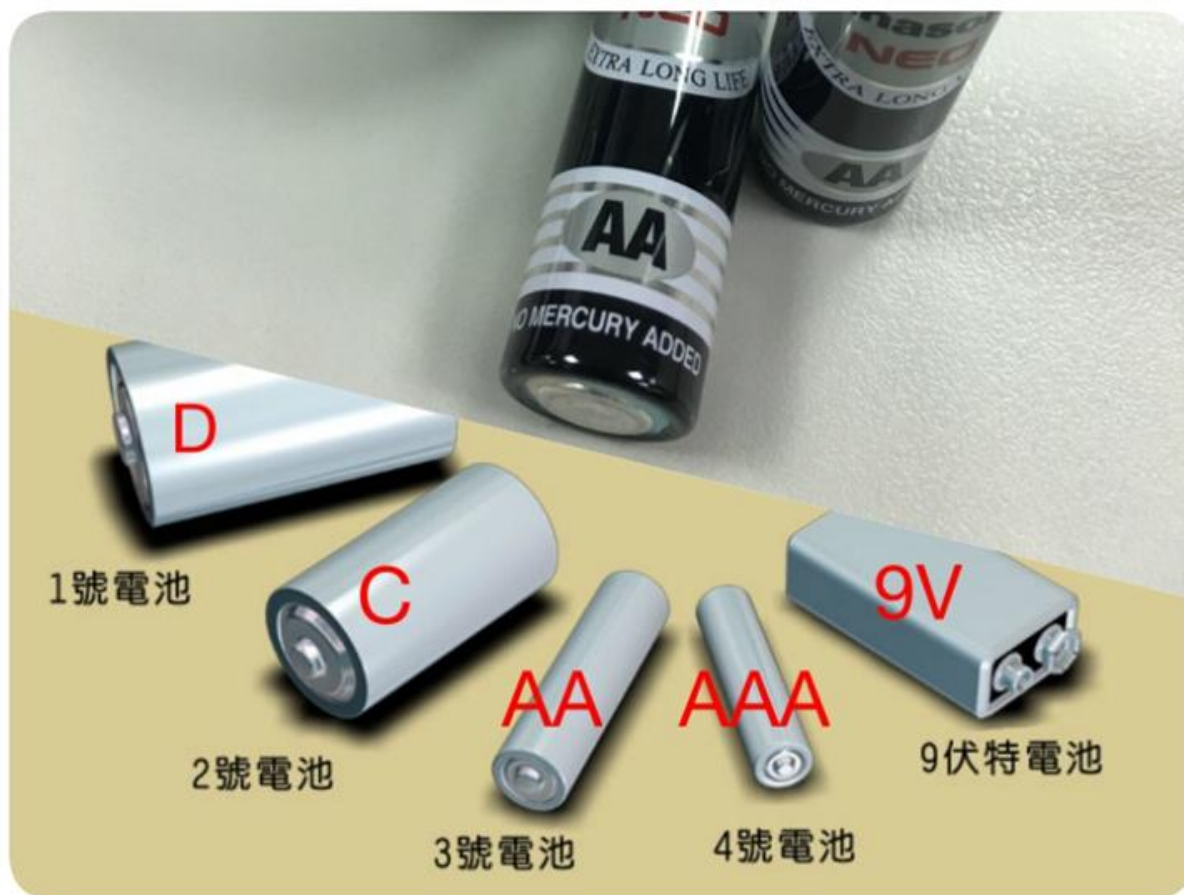
BAD UX 😈

GOOD UX 😊

▲圖片出處：傳統遙控器 vs Apple TV 遙控器

08:30 AM

拿起遙控器來看個早晨新聞吧，打開電視，選好頻道，調整音量。不禁讓人想問，當你拿起遙控器時，真正會按的鍵有哪些？電源開關、上一台、下一台、大聲、小聲...還有嗎？大多遙控器都設計的很華麗，把全部功能都放到介面上，但其實使用者真正會用的功能，大概只有幾個最基本的簡單功能，設計越複雜不等於越好，相較於 Apple TV 遙控器，只放了重要功能，不僅更小更好拿取，操作上也更單純。



BAD UX 

▲圖片出處：電池型號

10:00 AM

按著按著，遙控器就是沒反應，應該是沒電了吧，正當打開電池蓋要換電池的那一刻，映入眼簾的是 2 個 A，疑～是要換 2 號電池嗎？錯！AA 是 3 號電池！AAA 是 4 號電池，你以為 A 是 2 號電池嗎？錯！C 才是 2 號電池...我的老天鵝啊！一系列好讓人崩潰的電池型號！然而你以為各國的電池型號名稱都一樣嗎？錯！台灣的三號電池，在大陸是五號電池；台灣的四號電池，在大陸是七號電池...只能望天自問，為什麼型號和電池本身連結性這麼低，為什麼在都是講中文的國家卻又是不同的型號名稱啊...

像是比較好的例子是衣服 Size 型號，S號、M號、L號、XL號。S號 = SMALL、M號 = MEDIUM、L號 = LARGE、XL號 = EXTRE LARGE，衣服的大小型號和英文第一個字母連結性很強，而且也較容易記得和不易搞錯。



BAD UX 😈

GOOD UX 😊

▲圖片出處：某賣場發票 vs 某便利商店發票

12:00 PM

趁著去賣場補貨順便買電池，然而正當你興高采烈的站在結帳櫃檯前，你以為結完帳會拿到一張發票嗎？錯！你拿到的是連綿不絕的清明上河圖...什麼鬼啦！為什麼總是要給我這麼多我不會用的折價券，我壓根一點兒都不需要啊！這些賣場難道就不能給我一張單純的發票就好嗎？

電子發票是政府推行的一種「無紙化」美意，但因當初配套措施沒規劃好，導致有時交易明細表比發票本身還要長好幾倍，甚至有些業者還會在交易明細表後附上超多折價券、優惠券，不僅沒達到環保效果，更成了一種沒有站在使用者立場考量的擾民設計。



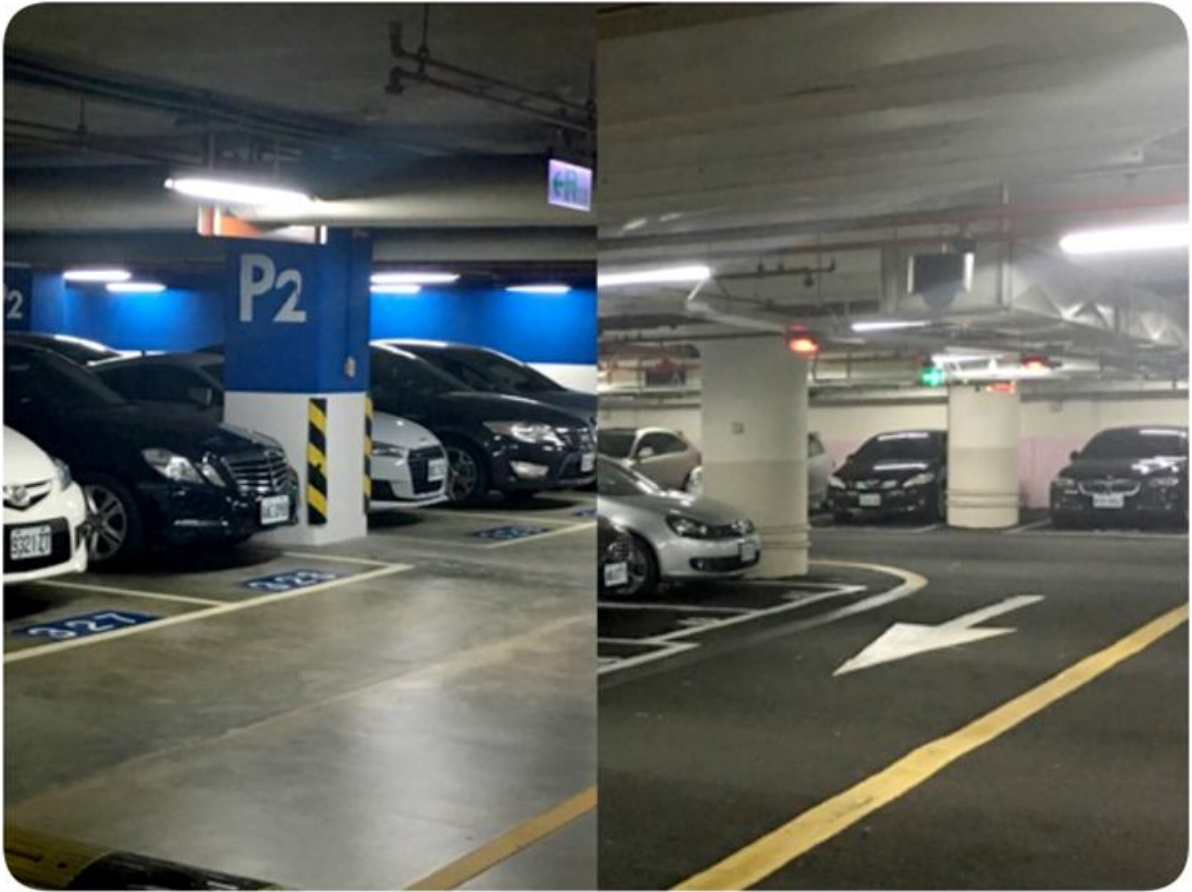
BAD UX 

GOOD UX 

▲圖片出處：板橋某餐廳大門 vs 台北某公司大門

01:00 PM

吃飯時，發現進出餐廳的大門很特別，同一面門的兩半各自寫著「推」和「拉」，但是其實門把的設計是相同的外形，一般人就很容易在這邊卡住，為什麼這邊是拉？而那邊是推？其實好的設計，應該是要符合「操作暗示（affordance）」，也就是說，當人們自然看到這個物品的外形時，要能夠很直覺的去操作，而不應該是強迫你去適應它，因為這只會讓你對於使用這些產品感到更不愉快。



BAD UX 😈

GOOD UX 😊

▲圖片出處：某廣場停車場 vs 台北市政府停車場



GOOD UX 😊

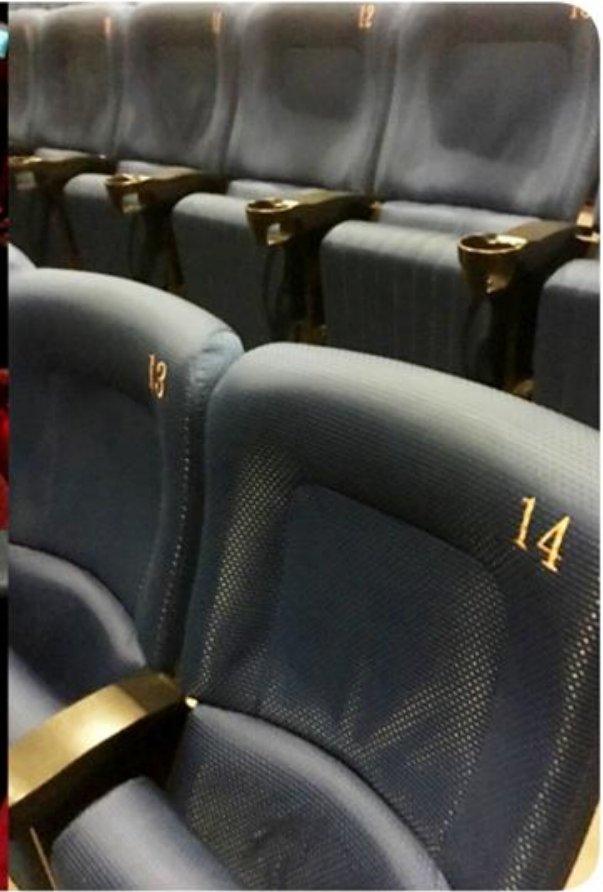
▲圖片出處：桃園八德國賓停車場

03:00 PM

開車來去看場電影吧，在停車場找車位這件事情，總是讓很多人感到困擾。傳統的停車場會讓你猶如進到移動迷宮，不但找不到停車位，更慘還會迷失方向。比較貼心的停車場設計，透過紅燈和綠燈告訴你這裡有沒有位置，讓你遠遠就能一目瞭然，甚至當你下車時，柱子上會用顏色和數字來劃分區域位置，讓你才不會忘記自己車停在哪一區呢！



BAD UX 😈



GOOD UX 😊

▲圖片出處：某影城 vs 基隆秀泰影城



BAD UX 🤬

GOOD UX 😊

▲圖片出處：某影城 vs 八德國賓影城

04:00 PM

你有沒有過一種經驗，進到電影院找座位時，總是得花很多精力尋找自己的座位號碼，更糗的是你還可能會坐錯位置。很多電影院的座位設計，把座位的號碼小小的寫在座椅背後，到底是有多怕被人看見？當你從第一排進場往上找位置時，不但讓人很難辨識座位號碼，且更容易會造成誤坐。比較好的電影院座位設計，號碼是直接大刺刺的寫在椅背上，讓你不看到也難，有些甚至連在扶把上，還會以數字和箭頭指示號碼是哪一邊，讓你不僅不會坐錯位置，更不用再和隔壁的陌生人搶扶把上的飲料座。



BAD UX 😡

GOOD UX 😊

▲圖片出處：某停車場 vs 板橋大遠百停車場

06:00 PM

看完電影，離開電影院前得先去繳個停車費，但看到這樣的停車場繳費機設計，真的讓人很無言。一般來說，停車場和繳費機都是在地下室，往往不那麼明亮，所以都會透過燈光來提示你投入代幣的洞口位置，上圖左邊這台機器，整個面板設計得很複雜，在投幣孔上方還有一個「閃閃發光」的指示燈，畫面上也充滿了一堆數字，還有用黃線框起來的投幣孔...相較於右邊的繳費機設計，發光的地方就是很明確指示你投入代幣的洞口，簡潔有力，不拖泥帶水！



BAD UX 

▲圖片出處：某餐廳廁所

07:00 PM

晚餐前先來去上個廁所，話說很多時候，我們只是需要最單純的指示，而不是亂七八糟難以辨識的廁所標示...如上方左圖，一般來說，女廁會用紅色，男廁會用藍色，但為什麼下面的箭頭卻又用不同的顏色標記？還有如上方右圖，廁所只有兩間，一間蹲一間坐，而上方的標示又將男女分成兩邊，所以是說這個廁所男生只能用蹲的？女生只能用坐的？還是說這是非常先進的男女共用廁所？而且為什麼沒有小便斗呢？



▲圖：巴黎藝術博物館廁所

說到這裡，也讓我想起曾經看過巴黎藝術博物館的廁所標示，你能看得出來這充滿藝術氣息的男女廁標示，哪一個是男廁？哪一個是女廁嗎？（我連到現在都還分辨不出來...）



BAD UX 😈

GOOD UX 😊

▲圖片出處：某影城廁所 vs 台北 101 美食地下街

最悲劇的來了，上完廁所要洗手，但不管你把手放在感應水龍頭前怎麼樣喬角度，水就是不給你流出來，內心只能大喊：「是怎樣？我不是人嗎！水流不出來是我的錯嗎？」相信我，這絕對不是你的錯，感應不到你的手是水龍頭的錯啊！因為當產品設計不好時，不是使用者的錯，而是產品的錯！（拍肩）

像上圖左邊的水龍頭，因為手的高度太高，紅外線感應不到手，所以水流不出來。右邊這個水龍頭則是將感應區放在洗手區上面的位置，所以不會因為高度感應不到手而流不出水來，更厲害的是，左右兩邊的橫槓就是烘手機，洗好手直接在旁邊烘乾，讚啦！

以上這些都只是生活中的使用者體驗冰山一角，每一個人每天都會使用各種物品，體驗好的物品就是好的 UX 設計，體驗不好的物品就是沒有為使用者著想，不僅讓人印象不好，甚至還會影響到品牌的形象與價值。

設計改變體驗，體驗改變設計

設計和體驗是息息相關的，好的產品設計不應該是強迫你去適應它，而是要站在使用者的角度著想，解決使用者和產品互動所產生的問題與感受。Don Norman 說過：「若您希望人們去使用某個物品，您必須確保他們能輕易的去感覺、理解與詮釋這個物品是什麼，並確保他們能夠知道怎麼使用它。」UX 設計就是秉持著這樣的一個精神，站在使用者的角度，帶著使用者的同理心，去感受使用者的感受，改善使用者的體驗，只要每一個人都能多用點心，多替使用者著想，其實，每一個人都可以是生活上的 UX 專家。

作者：Elan

本文由 [痞客邦 UX 實驗室 提供](#)，原文出處：[小心，UX 就在你身邊！生活中的使用者體驗](#)
痞客邦 UX 實驗室團隊藉由分享使用者經驗研究與設計相關心得與成果報告，將 UX 相關經驗貢獻給社群，促進台灣的 UX 相關專業的發展。

當政府是一個品牌，該怎麼搞行銷？

2017-07-02 00:00:00

民主國家中，政府不只是政治或行政機關，更是一塊待擦亮的品牌。2017年，讓我們一起來看台北市如何用世大運擦亮台北市政府這塊品牌。



行銷策略1：把人民拉進場

只有讓人民覺得「這是我的事」，活動才會成為議題，才能引起關注。於是，世大運的行銷第一炮，打出的標語是「臺北，我的主場！」把所有住在臺北的人民通通拉進場中央，成為主角；並以遠客來訪必打掃作為insight切入，巧妙融合一家人打掃與運動場上的每個動作。



行銷策略2：以新視角詮釋城市與運動的關係



世大運的行銷第二炮，打出的是精彩絕倫、讓人目不暇給的廣告影片，其中以優秀的製作與導演思考，將無數的運動動作與城市脈動緊密扣連，例如：射箭與捷運、摔角與擲莖。影片甫釋出，果然擲地有聲，引起人民無數讚嘆與驕傲，大至導演是何方神聖，小至每位演出選手，都被肉搜了一輪。這樣的熱烈討論，即以行銷策略讓每個人都融入世大運的前哨戰了。

行銷策略3：由人民親自詮釋，置身其中

成功引起關注與討論，再舉辦許多活動，邀請人民參與其中，就等於在事前宣傳這階段，已讓世大運行銷完美達陣。青少年發展處舉辦的世大運街舞大賽，吸引34個隊伍參賽，比賽片段在各大新聞頻道不停播送，人民在社群軟體上不停分享，以活動的方式，將世大運的精神再往下落實。

當政府是一個品牌，行銷的策略更是重要，執行的品質更是關鍵。當人民因你而驕傲，你就是一個成功的品牌！

以上截圖來自於

<https://www.youtube.com/watch?v=gaTw7id9yKQ>
<https://www.youtube.com/watch?v=4GsKWGHhigs>
<https://www.youtube.com/watch?v=tOU0vdPevNs>

渡邊直美聯手吉田ユ二，睛豔眾粉絲！

2017-07-02 00:00:00

誰說明星都要勻稱美麗，渡邊直美偏偏打破社會框架，用矮胖身材征服全世界。她從小嚮往進入演藝圈，加入吉本綜合藝能學院，不畏嘲笑，不停努力，終於在2010年成為富士電視台綜藝節目《Picaru的定理》準班底，不但獨撐「白鳥美麗物語」環節，還以「白鳥美麗」為名發行CD單曲。

她的努力和特別，讓她成為日本最多IG追蹤者的紀錄保持人、服裝品牌「PUNYUS」製作人，還受封日本碧昂絲。「渡邊直美展 Naomi's Party」去年在東京原宿舉辦以來，於日本全國巡迴展出，至今累計超過12萬觀展人次，獲得超人氣好評。



這次移師到台北華山的渡邊直美展，除了渡邊直美超自信魅力很吸引人，負責全展覽視覺的吉田ユ二更是看展重點，她的奇幻風格讓她成為備受矚目的新銳設計師，作品廣涉廣告、產品設計、唱片、形象視覺。吉田的作品非常吸睛，衝突且極具創意的設計，也在展覽中一覽無遺；例如：將直美變成小籠包，或讓直美穿上鐵鍋當裙子，都讓人覺得有趣極了！



展覽地點：台北華山1914文化創意產業園區
展覽日期：2017/5/27-7/31每日10:00-18:00

圖片來源：
http://www.huashan1914.com/exhibition/playing_detail.php?cate=&id=1852
<http://yuni-yoshida.com/>

【集團社群聚】抓對方法，人人都有社群文案力

2017-09-01 00:00:00

為了能與消費者近距離互動，傳遞即時第一手消息，橘子的各大社群小編總在最前線提供服務。夏日炎熱午後，橘子集團旗下各事業群的社群小編們齊聚一堂，熱烈討論、舉手搶答，好不熱鬧！究竟發生什麼事？橘人誌帶你一探究竟！



橘子集團的社群小編們，身處不同產業，手上負責的社群平台屬性、風格也大相逕庭，BUT!每次的文案產出卻是每個小編心中共同的痛！覺得詞窮寫不出來、好不容易寫出來了但是內容很平淡、甚至是貼文發佈後沒人理等等，每個環節都令人好揪心！



▲常常「寫不出來」成了小編們最大困擾

此次集團的社群聚會，特別邀請擁有73萬粉絲的高人氣粉絲團——「每天來點負能量」的版大林育聖，為小編們上一堂扎扎實實的社群文案課。



本身從事文案工作的林育聖，原先只是把「每天來點負能量」粉絲團當興趣，有別於常見的正面勵志小語，他以嘲諷戲謔的文字風格，加上一天一篇的務實態度，短短兩年不但累積高人氣，也強化自己的文字實戰力。針對社群平台的文案撰寫能力，他彙整出獨到的「QUICK」社群溝通法則：「QUESTION問題」、「UNIQUE獨特」、「INFORMATION訊息」、「CLICK點擊」與「KEEP持續」五大要點，透過系統化的引導及訓練，從原先的不知從何下筆，也能將內容一字一句躍然於紙上。

課堂上能充分感受講師在課程編制所下的用心，除了將所有學員打散分組，分組也不單是一般的問答互動，還設計積分機制與加碼搶分的籌碼獎勵，激勵彼此良性競爭，一來一往促成不少有趣的景象，十足符合橘人們愛玩敢挑戰的性格！



▲小小的籌碼可是讓各家小編搶破了頭

問答之間，林育聖也展現了文字職人的專業，針對學員的答案，迅速掌握文字語意的精準度，立即適時微調修正，幫助學員們了解如何表達會更好！課程最後也勉勵大家，好的文案是透過持續練習與不斷努力，培養文字風格並隨時修正，透過文字將創造更多可能！



關於[林育聖](#)：

常年靠鍵盤為生，實為鍵人一枚。

胸無大志，苟且偷生，只求溫飽一家老小。

目前開設「文案的美」討生活，經營「每天來點負能量」這離經叛道的粉絲團，認真寫字，不給社會搗亂。

2017柑盃，橘子Family day首度與市集結合！

2017-07-27 00:00:00



柑盃在橘子行之有年，柑盃的任務不只帶動橘人們的運動風氣，更能強化每個人的凝聚力，今年還首度採用了別開生面的「市集」形式，橘人們攜家帶眷，走入文山農場親近自然。同時，多樣化的市集攤位人潮更是踴躍，為原本的柑盃活動更添一分熱鬧！

創意隊呼，精心呈現，笑料與效果十足！

聚在一起會讓事情更好玩，運動和競賽也一樣。今年不免俗要來先進行創意隊呼比賽，替柑盃揭開序幕。此次創意隊呼的看點相當多，有的隊伍精心準備道具和舞蹈，有的隊伍更請來重量級嘉賓，一下子就帶動現場氣氛，隊呼比賽不愧是每年最令人期待的活動之一！



▲NOWnews請來「呸姐」助陣，一出場就是全場的焦點！



▲「不要生氣洗腦神操」也成為橘人表演的題材之一！



▲橘人們大跳當紅韓流舞蹈「TT」



▲由GASH、橘子支、豆趣組成的「橘樂園」則是請來大小朋友都愛的小小兵



▲蟻力藉由獅鼓表演大大提升士氣



▲由猿聲、酷瞧、人因設計所、果核組成的「High到沒聲音」，活力的舞蹈，洋溢青春氣息



▲遊戲橘子帶來的「小雞陣容」掀起另一波活動高潮

盡情享受趣味賽事，橘人揮灑夏日汗水！

這次活動，舉辦了草地龍舟、瘋狂躲避球、水槍大亂鬥三個夏日相當應景的競賽，比賽時的絕對認真，這是橘子人對自己的堅持，面對自己的同事也毫不手軟與鬆懈，努力為自己的隊伍拿到最佳的成績！



▲造型可愛的草地龍舟，扛著它前進可是一點都不容易



▲熱血躲避球，橘人們個個都練過神閃避



▲水槍大亂鬥，不只好玩還很消暑！

多元活動體驗，橘子市集擄獲大人小孩的心！

不只在場邊加油，沒有進行賽事時，大家便都聚集到市集區，找尋有趣的創意商品、或是試吃天然的手作點心，有吃有玩還有走文青風的攤位，兼顧了所有年齡層，參與的每個人都是滿載而歸。橘子不斷嘗試與發揮創意，藉由新形態柑盃，為家庭日重新定義，強化橘子人們之間，還有橘子人與家人間的連結。





▲不一樣的市集體驗，為今年的柑盃吹入一股文青風

<https://youtu.be/hycmxOJQDq8>

▲2017柑盃完整記錄

《新楓之谷》刷新金氏世界紀錄！1558名玩家拼出世上最大楓葉圖形！

2017-06-29 00:00:00

遊戲橘子旗下超人氣遊戲《新楓之谷》為感謝玩家12年來的支持，同時歡慶「BEYOND」改版，今(25)日在台北花博爭豔館舉辦史上最大組隊任務「BEYOND！青春楓紀錄」，同時在金氏世界紀錄官方認證官Brittany Erin Dunn見證下，1558名玩家不畏35度高溫，協力拼出《新楓之谷》楓葉圖騰，以世界上「最大的人體楓葉圖形」成功刷新金氏世界紀錄！活動現場星光雲集，除了音樂搗蛋鬼才歌手「阿達」與最強BODY女藝人「康茵茵」驚喜現身，知名網路圖文作家「超直白」與人氣實況主「森野葉子」、「開水小姐」、「蛋捲」、「NL」皆共襄盛舉，全程熱血參與挑戰過程。活動現場設有7座巨型氣墊供玩家體驗，並神還原《新楓之谷》遊戲內「自由市場」擺放多元趣味互動攤位，甚至連遊戲中人氣最旺的「菇菇寶貝」與噩夢女王「露西妲」也現身與玩家共同冒險！此外，更首度公開玩家專屬主題曲「我們的主場」MV，並準備台灣獨家限定、最強的「超越圖騰」以及「聯盟誓約之戒」、「超級英雄騎寵」等豪華虛寶大放送，讓現場參與的玩家滿載而歸。



▲《新楓之谷》成功刷新金氏世界紀錄，1558名玩家拼出世界上「最大的人體楓葉圖形」

玩家、歌手、女神、實況主、圖文作家 齊聚刷新金氏世界紀錄！
1558名《新楓之谷》玩家拼出世界上「最大的人體楓葉圖形」

《新楓之谷》魅力無法擋，6月21日甫推出年度盛大改版活動「BEYOND」便創下佳績，6月還沒過完，單月遊戲登入人數就已突破50萬人，熱度持續飆升。為了感謝玩家的支持，同時歡慶改版，今年特別盛大舉辦「BEYOND！青春楓紀錄」活動，邀請玩家走出電腦螢幕同心協力完成史上最大組隊任務，更將目標設為「超越世界紀錄」的瘋狂挑戰，與玩家共同寫下楓谷的熱血青春紀錄。

儘管原訂上週(18)日舉辦的活動因雨延期至今，仍澆不息玩家熱情，今(25)日現場凝聚3000名玩家身著一致的楓谷紅活動紀念帽TEE，在金氏世界紀錄認證官Brittany Erin Dunn見證下，成功擊敗加拿大970

人規模，以1558人拚出世界上「最大的人體楓葉圖形」，刷新金氏世界紀錄。遊戲橘子台灣區副營運長林敬修表示：「《新楓之谷》12年來與玩家共同成長，經歷許多珍貴的回憶，楓谷玩家是最團結的一群，今天我們再次與玩家寫下歷史的新頁，共同創造專屬《新楓之谷》世界紀錄，真的非常感動，未來《新楓之谷》將持續帶給玩家更多豐富的遊戲體驗，也將舉辦更多精彩的活動，請玩家敬請期待。」



▲金氏世界紀錄認證官Brittany Erin Dunn(左一)正式宣布《新楓之谷》成功刷新金氏世界紀錄



▲遊戲橘子台灣區副營運長林敬修感謝玩家12年的支持，承諾將持續帶給玩家更多豐富遊戲內容

而受邀參與《新楓之谷》「BEYOND青春楓紀錄」的音樂搗蛋鬼才歌手「阿達」與最強BODY性感女神「康茵茵」也因感受到玩家的凝聚力而熱血沸騰，現場不畏35度高溫與玩家共同在豔陽下完成世界紀錄挑戰，更甜蜜獻唱2017最具話題情歌《我說寶貝》。此外，兩人更親自體驗近2米高巨型氣墊，大秀不輸玩家的熱血與超越的精神。同時，知名實況主「森野葉子」、「開水小姐」、「蛋捲」、「NL」，加上重度《新楓之谷》玩家兼超人氣網路圖文作家「超直白」也來到現場共襄盛舉，與玩家一同瘋闖巨型氣墊關卡、暢遊自由市場。



▲音樂搗蛋鬼才歌手「阿達」與最強BODY性感女神「康茵茵」甜蜜獻唱2017最具話題情歌《我說寶貝》



▲音樂搗蛋鬼才歌手「阿達」、遊戲橘子台灣區副營運長林敬修、最強BODY性感女神「康茵茵」與知名實況主森野葉子、「開水小姐」全程熱血參與世界紀錄挑戰(圖片人物從左至右)



▲音樂搗蛋鬼才歌手「阿達」與最強BODY性感女神「康茵茵」親自挑戰近2米高巨型氣墊



▲知名實況主「森野葉子」、「開水小姐」、人氣網路圖文作家「超直白」、「NL」、「蛋捲」與玩家暢遊自由市場(圖片人物左至右排序)

豪華獎勵拿不完！挑戰世界紀錄入手台灣限定最強的「超越圖騰」
成功闖巨型氣墊關卡笑納「聯盟誓約之戒」、「超級英雄騎寵」

《新楓之谷》「BEYOND青春楓紀錄」活動為了回饋玩家，現場準備了超多豪華獎勵。除了報名即可獲得的活動紀念帽TEE與300楓點，前1500位早鳥報名可享獨家限量「菇菇寶貝」玩偶外，只要在現場參與世界紀錄挑戰的玩家，皆可憑序號兌換這次專為世界紀錄挑戰設計的台灣限定、最強的「超越圖騰」。不僅如此，活動現場設有7座巨型氣墊，供玩家體驗彷彿進入遊戲裡冒險狂奔的感受，玩家只要成功挑戰任1關卡，即可獲得「聯盟誓約之戒」，完整闖完所有關卡即可帶回「超級英雄騎寵」，千名玩家回憶與獎勵滿載而歸。此外，活動現場更還原《新楓之谷》自由市場，由遊戲橘子旗下多款人氣線上遊戲《艾爾之光》、《跑跑卡丁車》、《新瑪奇》、《CSO絕對武力》協力打造多元、趣味十足的互動攤位，有吃有玩還有豐富虛寶可以拿。



▲凡參與《新楓之谷》「BEYOND青春楓紀錄」世界紀錄挑戰玩家，皆可獲得台灣限定最強的「超越圖騰」

玩家只要成功闖關活動現場任一巨型氣墊即可獲得「聯盟誓約之戒」



▲玩家只要成功闖關活動現場任一巨型氣墊即可獲得「聯盟誓約之戒」

「楓谷回憶牆 12萬人氣大募集」2016群募承諾兌現！
精心打造玩家專屬主題曲「我們的主場」MV首度公開！

《新楓之谷》「BEYOND青春楓紀錄」活動現場也首度公開玩家專屬主題曲「我們的主場」MV，這是2016年12月底於群募貝果完成的「12萬人氣大募集」活動承諾，為當時投稿的玩家「chi翔的笑容」所寫下的故事「我們是一逢魔之時」量身打造的歌曲。故事背景是五位好友共同重返《新楓之谷》遊戲，找回彼此專屬的回憶與最初的感動，熱血、動感十足的音樂與節奏，搭配真實發生在遊戲內的友情故事，在「BEYOND青春楓紀錄」活動現場首播受到玩家廣大的正面迴響，也成為整場活動暨世界紀錄外最完美的驚嘆號。《新楓之谷》年度大改版活動「BEYOND」熱血登場，想了解更多精彩遊戲內容，歡迎上活動官網查詢。



▲3000名玩家齊聚歡慶《新楓之谷》金氏世界紀錄挑戰圓滿成功

※《新楓之谷》玩家的主題曲「我們的主場」MV：<https://www.coture.com/TV/Video/3279>

※《新楓之谷》全新改版「BEYOND」影片：<https://youtu.be/jgcPxBq9m04>

※《新楓之谷》全新改版「BEYOND」活動網

頁：http://tw.patch.beanfun.com/pubad/Maplestory/MS20170621_update/index.html

※《新楓之谷》臉書官方粉絲

團：<https://zh-tw.facebook.com/www.maplestory.msfans.com.tw>

迎接「超越五轉」的挑戰！《新楓之谷》史上最熱血活動「Beyond！青春楓紀錄」報名開跑 募集玩家協力挑戰世界紀錄

2017-06-13 00:00:00

遊戲橘子旗下超人氣遊戲《新楓之谷》年度「超越五轉」大改版，預計於6月21日暑假前正式引爆，為迎接「超越五轉」更強大的挑戰，《新楓之谷》即日起至6月21日止將於線上線下舉辦一系列「Beyond！青春楓紀錄」活動，協助玩家提前為改版做足準備。同時，更將在6月18日於台大田徑場盛大舉辦史上最熱血「青春楓紀錄」主題活動，預計號召上千名玩家協力挑戰世界紀錄，以示正面迎接「超越」的決心。本次「Beyond！青春楓紀錄」實體活動採線上報名，玩家除了可成為創造世界紀錄的成員，更可盡情暢玩風靡國外的巨型障礙氣墊，當日準時報到還可領取《新楓之谷》冒險者限定潮TEE與300楓點。此外，早鳥報名者，還可再獲贈「菇菇寶貝玩偶」，詳細內容與報名資訊請上[活動網頁](#)查詢。



▲《新楓之谷》史上最熱血活動「Beyond！青春楓紀錄」活動報名開跑，預計號召千名玩家協力挑戰世界紀錄

「Beyond！青春楓紀錄」系列活動全面開跑！

「人氣大募集」為冒險者集氣更為伺服器謀福利 挑戰「世界楓玩祭」任務贏豪華獎勵！

《新楓之谷》暨今年1月開放「五轉」職業內容後，年度第二波全新大改版「超越五轉」內容，即將於6月21日正式推出，為迎接「超越五轉」更強大的挑戰，《新楓之谷》即日起至6月21日止推出「Beyond！青春楓紀錄」系列活動，玩家可透過參與線上或線下活動，一面為個人贏得豐厚獎勵，另一面可為全伺服器贏得經驗及掉寶機率加倍的機會。

伴隨「Beyond！青春楓紀錄」主題活動報名開跑，首波推出網頁集氣活動「人氣大募集」，邀請無法前往現場參與挑戰世界紀錄的玩家，也能為即將以實際行動挑戰「超越」紀錄的冒險者們集氣加油，即日起至6月17日止，玩家進入活動網頁點選集氣按鈕，並分享至FB塗鴉牆完成集氣，集氣數達指定門檻，將可為全伺服器爭取經驗加倍與掉寶機率2倍的活動獎勵。不僅如此，即日起至6月21日止再推出

「Beyond！青春楓紀錄」第二波線上活動「世界楓玩祭」，玩家透過完成指定任務累積能量值以蒐集拼圖，最終依獲得的階級兌換如：「武公的靈魂寶珠」、「永恆的生命水」等超豪華獎勵。



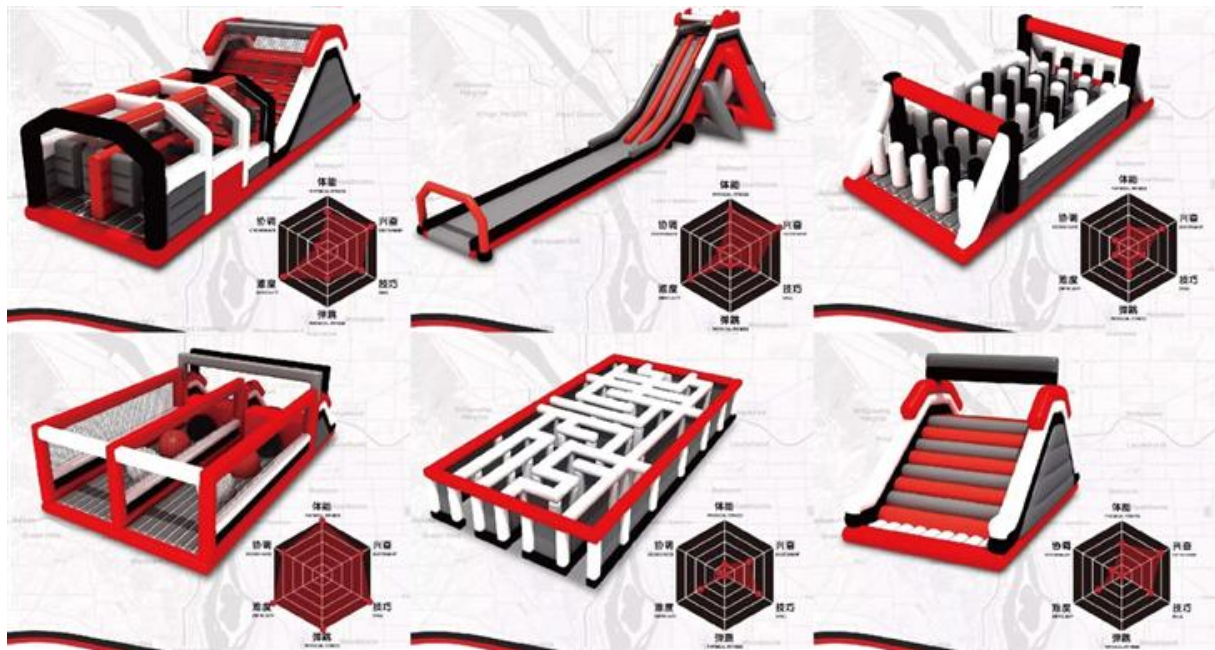
▲即日起參與《新楓之谷》網頁集氣活動「人氣大募集」，可集眾人之力為全伺服器爭取經驗加倍與掉寶機率2倍獎勵

活動獎勵		
階級	指定能量	獎勵
SSS	4500	武公的靈魂寶珠
SS	3600	永恆的生命水
S	2000	時裝神奇剪刀、白金神奇剪刀
A	1000	超級經驗加持下午券
B	500	高級服務票券7天

▲玩家透過參與「世界楓玩祭」活動，可累積能量並蒐集拼圖，最後依獲得的階級兌換相對應獎勵。

報名開跑！《新楓之谷》史上最熱血活動「青春楓紀錄」邀玩家協力挑戰世界紀錄！
「冒險者限定潮TEE」、「巨型障礙氣墊」資格報名送！早鳥加贈人氣好禮「菇菇寶貝玩偶」

為讓玩家提前感受「超越五轉」即將面對的諸多挑戰，《新楓之谷》不只推出「Beyond！青春楓紀錄」線上系列活動，更將首度在6月18日於台大田徑場盛大舉辦史上最熱血「Beyond！青春楓紀錄」主題活動，預計號召上千名玩家共同展現楓谷團結的力量，協力排列出象徵「新楓之谷」的楓葉圖形，挑戰世界NO.1紀錄！不僅如此，活動當日除了挑戰世界紀錄，現場更準備了風靡國外的「巨型障礙氣墊」供報名者征服體驗，玩家透過暢玩象徵《新楓之谷》職業關卡的障礙氣墊，提前感受「超越五轉」改版的震撼挑戰，此外現場也設有多樣化豐富、具特色的自由互動攤位活動對外開放，無論是否擁有報名資格，皆可自由攜伴盡情暢遊，渡過輕鬆、趣味的下午歡樂時光。



▲報名「Beyond！青春楓紀錄」實體活動，還可盡情暢玩風靡國外的「巨型障礙氣墊」



▲成功報名「Beyond！青春楓紀錄」主題活動並於當日準時完成報到者，將可獲得《新楓之谷》冒險者限定潮TEE



▲「Beyond！青春楓紀錄」主題活動早鳥報名者，將加碼贈送「菇菇寶貝玩偶」
(本圖為舊版菇菇寶貝玩偶，僅供參考)

- ※《新楓之谷》「Beyond！青春楓紀錄」活動網
頁：<https://tw.event.beanfun.com/mapleStory/WorldRecords/index.html>
- ※《新楓之谷》臉書官方粉絲
團：<https://zh-tw.facebook.com/www.maplestory.msfans.com.tw>
- ※《新楓之谷》官方網站：<http://tw.beanfun.com/maplestory/>

《馭時之輪》 正式版嶄新風貌華麗登場 目標直指百萬下載

2017-06-13 00:00:00

遊戲橘子與日本東證MOTHERS上市企業遊戲公司AXEL MARK INC.今(7)日攜手舉辦記者會，宣布創新時間軸玩法日系動漫RPG手機遊戲《馭時之輪》中文版不刪檔封測階段結束，正式版嶄新風貌於台港澳地區華麗上市，嶄新的《馭時之輪》中文版不僅全方位優化遊戲內容，更將於六月份接連推出「泳裝之門」、「三國之門」、「學院之門」等全新故事關卡與限定版強力英雄角色，積極進攻RPG手遊市場，目標成為繼「召喚圖板」、「勁舞團PLAN-S」後，遊戲橘子下一個百萬下載的手遊大作。記者會上，AXEL Game Studio執行董事暨海外事業部部長佐藤竜史與製作人山本達也，除了宣布《馭時之輪》日版已正式突破500萬下載大關，更預告將加開PC版本的最新消息，而知名實況主「咪妃娘娘」與「貝莉莓」更化身女主角一刻之少女「蕾娜」與最新「泳裝之門」限定英雄「莉莉絲」，以性感火辣之姿華麗現身。



▲遊戲橘子台灣區營運長簡志浩、AXEL Game Studio執行董事暨海外事業部部長佐藤竜史，與AXEL Game Studio執行董事暨《馭時之輪》製作人山本達也，攜手進行啟動儀式，宣布《馭時之輪》正式版嶄新風貌華麗登場。



▲《馭時之輪》中文正式版即日起華麗登場，遊戲內容全面優化

遊戲橘子大舉揮軍手遊市場 《馭時之輪》目標直指百萬下載

遊戲橘子在端遊市場穩定成長下，除了陸續推出重點改版外，今年更將致力於手遊市場的發展，本次攜手日本東證MOTHERS上市企業遊戲公司AXEL MARK INC.引進日系動漫RPG手遊《馭時之輪》，看好此款遊戲的高質感、高完整度、多元與獨特性能成為遊戲橘子在大舉揮軍手遊市場之際的一大助攻。遊戲橘子台灣區營運長簡志浩表示：「《馭時之輪》擁有創新的「時間軸玩法」，豐富的故事劇情關卡，同時具備台灣玩家喜愛的組隊共鬥打王模式，與真人即時PVP對戰元素，是市場少見且具有競爭力的日系RPG手遊，相信《馭時之輪》能以全新風貌，以挑戰日本佳績為目標，成為遊戲橘子另一款突破百萬下載的手遊強作。」



▲遊戲橘子台灣區營運長簡志浩：「《馭時之輪》將以全新風貌挑戰日本佳績為目標，成為遊戲橘子另一款突破百萬下載的手遊強作。」



▲AXEL Game Studio執行董事暨海外事業部部長 佐藤竜史帶來好消息，日版《馭時之輪》下載突破500萬大關。

**《馭時之輪》正式版全新風貌上線「泳裝之門」、「三國之門」、「學院之門」接連登場
PVP競技場勝者獎勵加倍！中文版專屬共鬥關卡陸續推出！**

全新風貌登場的《馭時之輪》六月將搭配不同節令與主題，陸續祭出多元的PVE遊戲關卡，從精緻的主題畫面設計，到Remix的專屬關卡背景音樂，提供玩家全方位且豐富的視聽覺遊玩體驗，包括：為迎接酷暑新推出的夏季限定關卡—「泳裝之門」，人氣英雄「莉莉絲」、「伊斯坎德爾」、「貝爾瑟露克」與「亞瑟」紛紛換上性感泳裝，等待玩家召喚一起對抗魔物；封測以來最強的英雄陣容—「三國之門」也將於今(7)日下午4點上線，隨著擁有高機率迴避技能的「孫權」角色登場，將重洗PVP競技場王者排名；充滿校園風格的「學院之門」也預計於6月底上線。遊戲橘子《馭時之輪》產品負責人邱靖鈞表示：

「為讓玩家體驗最新鮮的遊戲內容，《馭時之輪》中文版每兩到三週就會進行版本更新，未來還有更多豐富、高挑戰性的關卡內容，以及全新的系統陸續登場，請玩家敬請期待」。



▲遊戲橘子《馭時之輪》產品負責人邱靖鈞：「《馭時之輪》中文版除了推出全新劇情關卡『泳裝之門』、『三國之門』、『學院之門』，更將推出「台灣專屬限定共鬥關卡」，滿足玩家熱愛挑戰需求。」

除了全新的主題劇情與關卡外，《馭時之輪》正式版也特別推出PVP競技場對戰勝者獎勵加倍，鼓勵玩家爭取競技場王者榮耀。在PVP即時對戰中，擊敗對手取得勝利的玩家，能夠獲得優於日版的稀有養成素材獎勵，進而增強角色能力數值。此外，封測期間台灣營運團隊也針對台灣玩家求勝特質，推出「台灣專屬限定關卡—中世共鬥」，設計獨有BOSS特殊技能與關卡條件，增加遊戲挑戰難度，同時激發玩家合作闖關策略思考，推出至今玩家反映良好，未來也將持續推出限定關卡。

**刻之少女「蕾娜」、泳裝之門限定英雄「莉莉絲」華麗現身活動現場
台日代表即時PVP對戰 戰鬥策略大比拼
6月8日至6月30日止登入蒐集徽章 入手五星超稀有限定角色「大天使米迦勒」**

記者會為展現《馭時之輪》中文版全新華麗風貌，更特別邀請人氣實況主「咪妃娘娘」與「貝莉莓」化身女主角刻之少女「蕾娜」，與泳裝之門限定英雄角色「莉莉絲」，性感演繹角色個性與獨特魅力。同時，遊戲橘子《馭時之輪》產品負責人邱靖鈞與遊戲製作人山本達也更於現場首度進行台日PVP競技場對戰，除了讓現場與會貴賓親身感受「搶占時間軸」的特殊玩法與趣味，更搶先展現最新「三國之門」全新角色特性與技能，並透過台日雙方的機智對戰，一窺台、日遊戲組隊與PVP實戰思考策略上的差異。

同時為了歡慶《馭時之輪》正式版全新風貌上市，6月8日起至6月30日止玩家每日登入遊戲即可獲得5個大天使米迦勒徽章，凡集滿30個徽章，就可直接兌換5星超稀有限定角色「大天使米迦勒」，兌換日期至7月1日，最多可領取50個徽章，玩家請務必把握入手機會。



▲遊戲橘子《馭時之輪》產品負責人邱靖鈞與AXEL Game Studio執行董事暨《馭時之輪》製作人山本達也現場進行PVP競技場對戰，台日策略大不同。



▲知名實況主咪妃娘娘優雅化身《馭時之輪》女主角一刻之少女「蕾娜」親臨現場，邀請台灣英雄一起對抗世界魔物。



▲《馭時之輪》中文版推出「泳裝之門」限定關卡，人氣實況主貝莉莓變身泳裝英雄「莉莉絲」以火辣泳裝性感現身。

- ※《馭時之輪》遊戲介紹影片：<https://youtu.be/kVnYgXEmxy0>
- ※《馭時之輪》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/WCS.tw/>
- ※《馭時之輪》官方網站：<http://tw.beanfun.com/WCS/>

法師強勢回歸！《天堂》全新改版「大法師時代」震撼來襲

2017-06-13 00:00:00

遊戲橘子旗下稱霸台灣市場不衰的經典遊戲《天堂》於今(11)日起推出全新大改版「大法師時代」。睽違九年，法師將正式告別補機角色，以全新風貌強勢回歸，法師召喚怪物全面翻新升級，無論是血量或攻擊傷害，整體能力素質都大幅提升，其中最高等級的召喚怪物「獨眼巨人」實力甚至能夠跟BOSS「巨蟻女皇」相以抗衡。不僅如此，《天堂》即日起更同步於月、免服釋出全球首創「法師專屬伺服器」，玩家可於全新「法師服」內體驗單一職業多元玩法的全新生態，透過不同的配點打造不同的玩法，創造專屬於自己的《天堂》獨特法師角色。此外，為歡慶法師服盛大登場，即日起至6月7日止「法師服」將舉辦成就活動「極速衝等」，期間內只要角色等級達指定條件，將有機會獲得「魔法書(究極光裂術)」、「魔法娃娃:爆擊火焰衝擊的騎士帕克」等眾多豐厚獎勵。



▲為重新打造《天堂》法師橫行無阻的時代，即日起將推出「大法師時代」改版

法師橫行盛況再起！《天堂》推出近年來最大改版「大法師時代」
召喚怪物全面升級 法師即將重返王者榮耀 爭奪全職業最強封號

睽違九年，傲視全台經典遊戲《天堂》推出全新「大法師時代」改版，正式宣告紅極一時的法師魅力時代即將重磅回歸，力爭全職業最強王者之榮耀。改版後法師召喚怪物即將全面翻新，無論是血量、攻擊傷害，整體能力素質都大幅提升，不僅如此，最高等級的召喚怪物「獨眼巨人」，新增「衝量」技能，實力甚至能夠跟BOSS「巨蟻女皇」相以抗衡。同時，為協助玩家在新伺服器中快速升等，並擁有足夠的資源與補給減少打怪練功的挫折感，即日起至9月13日維護前推出「裝備物資大支援」活動，全體玩家可於期間內至活動網頁領取「裝備物資包」，以獲得該角色職業相對應的武器、傷害減免+15全能力+1的套裝，以及「法師氣息的水晶」、「勇士道具包」等豪華好禮。



▲「大法師時代」將過往的召喚怪物全面翻新，整體能力素質都大幅提升



▲最高等級的召喚怪物「獨眼巨人」擁有一定機率能使目標暈眩，並造成傷害的衝暈技能

打破先例！台灣首次打造全新月、免「法師專屬伺服器」
挑戰法師單一職業多元玩法 創造屬於各自的《天堂》獨特法師角色

為響應「大法師時代」來臨，本次改版將同步釋出全球首創伺服器「法師服」。玩家在「法師服」內將體驗僅有單一職業但多元玩法的全新生態，在充滿法師的世界，透過不同的配點打造不一樣的玩法，如何創造出最獨特的強力法師角色，稱霸大法師時代將是法師服最值得關注的焦點。除此之外，為歡慶「法師服」盛大推出，即日起至6月7日止將同步釋出「極速衝等活動」，玩家可在伺服器內爭奪「第一衝等王」的名號，只要在活動結算日時，角色等級達75級以上，將可獲得「魔法書(神聖疾走)」，而若成為全伺服器最強王者，更可獲得極速衝等王冠軍獎「魔法書(究極光裂術)」高等獎勵。



▲《天堂》同步推出全球唯一月、免伺服器「法師服」



▲玩家將可體驗「法師服」內單一職業全新生態，享受多元玩法的樂趣

※《天堂》「大法師時代」活動網

站：<http://tw.beanfun.com/lineage/events/170511/main.html>

※《天堂》官方臉書粉絲團：<https://www.facebook.com/Gamania.LineageTW/>

※《天堂》月費伺服器官方網站：<http://tw.beanfun.com/Lineage>

※《天堂》免費伺服器官方網站：<http://tw.beanfun.com/LineageFree>